Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 9270080
Centre d'intérêt: 640

Saucier, Robert.

Rapport sur l'analyse de la perception des messages dans les projets courts : version finale / Robert Saucier, Nicole Stafford-Hurtubise. -- Montréal : Multi-media, Service de recherche et d'évaluation, 1975. iv, 71 f. ; 29 cm. -- (Rapport de recherche / Multi-media ; 3)

Code: D.1222.

Cote Dewey: 374.9'714/S255r Cote LC: LC/5254.2/.03

Descripteur(s): *Télévision éducative *Emission de télévision *Compréhension *Perception *Communication audiovisuelle *Programme d'enseignement *Evaluation de programmes *Questionnaire *Education des adultes

Identificateur(s) de nom: *Multi-media (Projet)

Identificateur(s) de sujet: *Projet court

En enquêtant sur la perception des messages didactiques par les participants aux projets courts de Multi-media, l'étude tente de vérifier le degré d'adéquation entre les significations transmises par l'émetteur des messages et les significations reçues par le spectateur. Elle essaie également de dégager les types de séquences les plus efficaces. Le but de la démarche est de fournir des éléments de réflexion et de discussion sur l'efficacité de l'utilisation de la télévision dans un processus didactique.

Les informations ont été recueillies lors d'entrevues de groupes auprès de la clientèle immédiate du programme, suite au visionnement des émissions des projets courts (projet collectif à caractère éducatif de courte durée). Dans chaque région d'application du programme, on a constitué trois groupes d'écoute de cinq à sept personnes chacun, sauf pour le Nord-Ouest où il en a été constitué quatre. Le schéma d'entrevue (reproduit en annexe) visait à vérifier trois éléments: 1. les séquences des émissions retenues par les participants; 2. le niveau de compréhension de ces séquences; 3. l'opinion globale sur ce type d'émissions didactiques.

Trois points semblent se dégager avec plus de certitude de l'analyse. 1. Il importe que le signifié corresponde de façon aussi immédiate que possible au signifiant. 2. C'est par un langage familier que sont rejoints le plus de gens. 3. De façon générale, les modes humoristiques et dramatisant apparaissent comme étant les plus efficaces pour transmettre un message.

Type de document: r
Auteur de l'analyse: fr

EDUQ 8270880

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION

Multi-Media

# Service de recherche et d'évaluation

Multi-Media :

**Programme pour le développement des ressources humaines du Québec**

EDUQ 8270880

MULTI-MEDIA, Service de recherche et d'évaluation
600, rue Fullum, Montréal

---

Le 16 janvier 1975

Robert SAUCIER
Nicole STAFFORD-HUNTUBISE

# RAPPORT SUR L'ANALYSE DE LA PERCEPTION DES MESSAGES DANS LES PROJETS COURTS

Rapport de recherche no. 3 (version finale)

Nous tenons à remercier les personnes suivantes dont la collaboration a permis la réalisation de ce rapport:

- soit qu'elles nous ont fourni des groupes d'écoute et/ou qu'elles ont fait des entrevues: Rose-Hélène Beaudoin, Michel Bédard, Fernand Bellehumeur, Jacques Bonin, Rémi Boucher, Richard Coutu, Diane Pinard, Michèle Poisson-Martin, Gaston Rhainds,

- soit qu'elles ont dactylographié et corrigé le texte: Thérèse L.-Gagnon, Danielle Lareau, Francyne Nicholas, Manon Samson,

et enfin tous les membres du Service de Recherche et d'Evaluation pour les critiques qu'ils nous ont fournies suite à la première version de ce rapport.

Robert Saucier

Nicole Stafford-Hurtubise.

TABLE DES MATIERES


Page

1 - INTRODUCTION ..... 1

1.1 but de la recherche ..... 2

1.2 limite de la recherche ..... 3

2 - METHODOLOGIE ..... 4

2.1 collecte des données ..... 5
description des participants aux groupes d'écoute ... 6

2.2 analyse de contenu des émissions ..... 10

2.2.1 division en séquences et minutage ..... 10

2.2.2 classification des séquences en dimensions .... 11

2.2.2.1 mode d'expression ..... 12
2.2.2.2 niveau d'abstraction ..... 13
2.2.2.3 genre ..... 16

2.3 analyse de contenu des entrevues ..... 17

tableau descriptif Tri-régional ..... 21
tableau descriptif Bag/Lac ..... 28
tableau descriptif Nord-Ouest ..... 34

3 - ANALYSE ..... 38

3.1 Tri-régional ..... 38

3.1.1 analyse selon les dimensions ..... 38

3.1.2 analyse selon les séquences ..... 39

3.1.3 conclusions ..... 42

3.1.4 commentaires ..... 43

3.2 Sag/Lac ..... 45

3.2.1 analyse selon les dimensions ..... 45

3.2.2 analyse selon les séquences ..... 46

3.2.3 conclusions ..... 47

3.2.4 commentaires ..... 50

3.3 Nord-Ouest ..... 53

3.3.1 analyse selon les dimensions ..... 53

3.3.2 analyse selon les séquences ..... 54

3.3.3 commentaires ..... 56

4 - CONCLUSION GLOBALE ..... 59

4.1 remarques méthodologiques ..... 60

4.2 faits saillants ..... 62

5 - ANNEXES ..... 64

5.1 schéma d'entrevue ..... 65

5.2 indices et données relatives à leur compilation .. 66

# 1 - INTRODUCTION

# 1 - INTRODUCTION :

## 1.1 But de la recherche

Ce rapport concernant l'analyse de la perception des messages des projets courts nous apparaît être un des éléments intéressants de "feed-back" des émissions. Il est complémentaire du sondage téléphonique car celui-ci, qui mesure le degré d'écoute et de satisfaction aux émissions, cerne de ce fait le premier frein à la communication entre l'émetteur et le récepteur. Le second élément qui peut intervenir dans ce processus est la compréhension du message que nous tenterons de vérifier ici. Dans ce type de message didactique on doit assurer une adéquation maximale entre les significations transmises par l'émetteur dans les messages et les significations reçues par le spectateur.

A la suite de cette analyse des émissions nous en arriverons à isoler les types de séquences les plus efficaces, c'est-à-dire ceux qui sont les plus perçus et les mieux compris. Il va de soi que ce type de recherche étant peu développé, les résultats que nous vous présentons maintenant sont tributaires de l'état des instruments de travail. Ces résultats devraient idéalement servir d'éléments de réflexion et de discussion sur l'efficacité de l'utilisation de la T.V. dans un processus didactique et ce dans la perspective plus expérimentale des projets courts et longs à venir.

Ce rapport fournit également des renseignements sur les réflexions et les commentaires que l'émission a suscités dans les groupes d'écoute, ce qui permet d'éclairer les résultats globaux sous l'angle des opinions de personnes près du

programme.

1.2 Limites de la recherche

On doit cependant se garder d'extrapoler pour la population en général à partir des résultats obtenus dans les groupes d'écoute: d'une part, parce que l'échantillon était faible numériquement, 63 personnes seulement; d'autre part, parce que la sélection de ces personnes n'a pas été faite "systématiquement", au sens statistique du terme. Il n'en reste pas moins que les résultats obtenus ont une importante valeur qualitative, particulièrement en ce qui concerne la clientèle immédiate de Multi-Média.

Par ailleurs, nous n'avons fait qu'une émission par région alors que le projet court en comportait 2 à Montréal et 4 au Nord-Ouest. Ce sont uniquement des contraintes matérielles qui ont fait que nous n'avons pas "couvert" la totalité des émissions et que nous avons choisi les 3 qui font l'objet de ce rapport.

# 2 - METHODOLOGIE

## 2 - METHODOLOGIE :

### 2.1 Collecte des données

Nous avons recueilli nos informations par des entrevues de groupes suite au visionnement des émissions. Les groupes d'écoute nous ont été fournis par les animateurs et n'ont fait l'objet d'aucune sélection.

Nous avons fait 3 groupes d'écoute par région, sauf pour le Nord-Ouest où nous en avons fait 4. Ces groupes réunissaient la plupart du temps de 5 à 7 personnes, plus l'interviewer.

Deux éléments ont été contrôlés dans la cueillette des données: premièrement, les séquences étaient mentionnées spontanément par les participants sans intervention de l'enterviewer; deuxièmement, le niveau de compréhension était cerné à partir des mentions des participants (cf. annexe p. 65 pour le schéma d'entrevue).

Comme certaines données factuelles telles que l'âge, la scolarité, le revenu, etc. peuvent jouer sur le niveau de compréhension, nous avons fait remplir un bref questionnaire écrit par tous les participants aux groupes d'écoute de façon à préciser leur profil socio-économique. L'ensemble des données relatives à ce questionnaire sont compilées et commentées dans les pages qui suivent.

Description des participants aux groupes d'écoute :

- Répartition des participants par région et par sexe :

| | Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|---|
| Hommes | 7 | 8 | 8 |
| Femmes | 12 | 8 | 20 |
| Total | 19 | 16 | 28 |

Sauf pour le Sag/Lac où la répartition était égale entre les hommes et les femmes, nous avions donc habituellement environ 2 femmes pour 1 homme dans nos groupes d'écoute.

- Age moyen des participants par région :

| Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|
| 41 | 35 | 37 |

La moyenne d'âge masque un fait qui mérite d'être souligné: au Sag/Lac, tous les participants étaient soit dans la vingtaine, soit dans la quarantaine, mais il n'y avait personne dans la trentaine; au Nord-Ouest, il n'y avait que 4 personnes sur 28 dans la trentaine. Cette sous-représentation des personnes d'âge moyen ne se retrouve pas dans le Tri-régional où cependant les gens sont un peu plus vieux en moyenne.

- Scolarité moyenne des participants par région :

| Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|
| 10 | 10 | 10 |

La scolarité moyenne des participants est nettement plus élevée que celle de la clientèle-cible de Multi-Média.

- Revenu familial moyen des participants par région :

| Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|
| $11,821 | $8,888 | $8,609 |

Le revenu moyen des participants est certainement plus élevé que celui de la clientèle-cible de Multi-Média. En effet, le revenu familial moyen au Québec était de $9,260 en 1971[1] et 20.5 % des familles canadiennes avaient eu un revenu inférieur à $5,000 cette année-là.[2]

- Etat civil des participants par région :

| | Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|---|
| mariés | 15 | 12 | 20 |
| célibataires | 3 | 3 | 6 |
| autres | 1 | 1 | 2 |

---

1 - Statistique Canada, Statistiques sommaires du revenu des familles, catalogue 93-746 (AH-4).

2 - Statistique Canada, Répartition du revenu au Canada selon la taille du revenu, 1971, catalogue 13-207 annuel.

- Nombre moyen d'enfants par ménage selon les régions :

| Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|
| 2.5 | 5 | 3.6 |

- Nombre d'heures moyen passé quotidiennement à regarder la T.V. par région :

| Tri-régional | Sag/Lac | N.O.Q. |
|---|---|---|
| 2 h. 8 m. | 2 h. 48 m. | 3 h. 18 m. |

On consacre plus de temps quotidiennement à la T.V. dans les régions périphériques (particulièrement au Nord-Ouest) qu'à Montréal. Pour fins de comparaison, mentionnons qu'une étude faite récemment par SORECOM pour le comité de l'Assemblée nationale sur la liberté de la presse a démontré que chaque Québécois passe 3 heures, 6 minutes par jour devant son téléviseur. Les participants du Sag/Lac et du Nord-Ouest se rapprochaient donc de la moyenne québécoise alors que ceux de Montréal s'en éloignaient nettement avec une heure de moins par jour passée devant le téléviseur.

- 5 émissions de télévision préférées par région (avec le nombre de mentions obtenues pour chacune) :

| Tri-régional | | Sag/Lac | | N.O.Q. | |
|---|---|---|---|---|---|
| les films | 9 | le "60" | 12 | les nouvelles | 28 |
| Rue des Pignons | 6 | les nouvelles | 9 | le "60" | 17 |
| les Berger | 5 | les films | 9 | Rue des Pignons | 11 |
| Médecin d'aujourd'hui | 4 | les Berger | 5 | Appelez-moi Lise | 9 |
| le "60" | 3 | Femme d'aujourd'hui | 4 | Bou-bou | 8 |
| les nouvelles | 3 | | | | |

Non seulement on regarde plus la T.V. au Sag/Lac et au Nord-Ouest, mais encore ce qu'on y regarde a un contenu informatif plus élevé. En effet, dans ces 2 régions ce sont le "60" et les nouvelles, émissions informatives par excellence, qui obtiennent les 2 premières positions et une forte proportion des mentions alors qu'à Montréal ces 2 mêmes émissions obtiennent tout juste la 5ième position ex-aequo avec seulement quelques mentions.

- Lecture de journaux par région :

| | Tri-régional | | Sag/Lac | | N.O.Q. | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| tous les jours | 6 | 32 % | 4 | 25 % | 5 | 18 % |
| quelques jours par semaine... | 6 | 32 % | 9 | 56 % | 9 | 32 % |
| environ une fois par semaine... | 5 | 26 % | 3 | 19 % | 10 | 36 % |
| jamais... | 2 | 10 % | 0 | 0 % | 4 | 14 % |

Lorsqu'on réunit les réponses aux deux catégories "tous les jours" et "quelques jours par semaine" pour voir le pourcentage de ceux qui fréquentent habituellement les journaux, les participants se répartissent de la façon suivante selon les régions: 81 % des participants du Sag/Lac lisent habituellement des journaux, 64 % de ceux de Montréal et 50 % de ceux du Nord-Ouest.

- Participation à des groupes ou associations :

Nous avons demandé aux participants de nos groupes d'écoute s'ils étaient membres de groupes ou associations. Sauf quelques rares

exceptions, ils étaient tous membres d'au moins un groupe ou association. Ce ne sont donc pas des gens isolés, mais cela n'a pas de quoi surprendre dans la mesure où nous sommes passés par les animateurs pour obtenir des groupes d'écoute et que ceux-ci faisaient appel à des gens qu'ils connaissaient, des gens déjà regroupés.

## 2.2 Analyse de contenu des émissions

### 2.2.1 Division en séquences et minutage(3)

Afin de procéder à l'analyse de contenu des émissions, nous avons d'abord visionné chacune d'entre elles à quatre reprises.

Dans un premier temps, cela permettait aux deux chercheurs de découper chaque émission en séquences qui sont ainsi devenues l'unité d'analyse. Ce que nous appelons la SEQUENCE est une "unité à signification" portant un sens complet par elle-même et qui se manifeste dans une combinaison son-image, l'un ou l'autre des éléments de cette combinaison pouvant varier en cours de séquence, mais jamais les deux simultanément.

---

3 - Référence globale pour l'ensemble des définitions: Carisse, Le Roux, Santerre, Saucier et Stafford, "Les messages: eux et nous", in Recherches Sociographiques, mai-août 1972, vol. XIII, no. 2, pp. 255 à 265.

La séquence a donc une unité de sens et une certaine persistance au niveau de l'encodage.[4] L'émission de Montréal comporte 60 séquences,[5] celle du Sag/Lac 47 et celle du Nord-Ouest 19.

Dans un deuxième temps, cela nous permettait de faire le minutage, c'est-à-dire de mesurer le temps accordé à chaque séquence.

2.2.2 Classification des séquences en dimensions

Ensuite, pour permettre l'analyse des séquences, nous les avons classifiées[6] selon diverses dimensions qui les définissent.

---

4 - codage: opération par laquelle l'émetteur, à partir de l'idée du message, réalise effectivement celui-ci en puisant dans les signes du répertoire et en les assemblant selon certaines règles (les règles du code) pour en constituer une séquence.

encodage: résultat du codage.

d'après La Communication, sous la direction d'Abraham Moles, les Dictionnaires du savoir moderne, C.E.P.L., Paris, 1971.

5 - Pour la description des séquences, voir pp. 20 à 36 incl.

6 - Les décisions sur la classification étaient prises par consensus des deux chercheurs.

2.2.2.1 Mode d'expression: manière particulière d'exprimer une réalité en utilisant des stimuli faisant appel à des sensibilités ou aptitudes cognitives chez le récepteur.

Le mode d'expression a été subdivisé en quatre catégories:

- dramatisant : le premier signifiant atteint la sensibilité; le message utilise comme véhicule les émotions du récepteur;
- humoristique : le premier signifiant utilise une scène comique, drôle (ou qui veut l'être);
- informatif : le premier signifiant appartient à un exposé de faits ou d'opinions;
- explicatif : le premier signifiant appartient à un exposé rationnel sur le message établi par une personne à caution morale forte par rapport au thème.

Les deux premiers modes (le dramatisant et l'humoristique) sont donc d'ordre affectif alors que les deux derniers (l'informatif et l'explicatif) relèvent plutôt de l'ordre intellectuel.

2.2.2.2 Niveau d'abstraction: nombre d'opérations mentales nécessaires pour arriver du signifiant au signifié[7] final, ou en d'autres mots, pour décoder le message. Par opération mentale, nous entendons ici soit la simple relation à faire entre le signifiant et le signifié d'un message, soit la relation plus complexe à établir entre deux éléments distincts du message. Le récepteur peut ensuite déduire la signification globale découlant de cette relation.

---

7 - Signifiant: image accoustique du signe linguistique; signifié: concept, substance, contenu; d'après Le langage, sous la direction de Bernard Pottier, les Dictionnaires du savoir moderne, C.E.P.L., Paris, 1973. Par extension, nous référant à des définitions de la linguistique et les appliquant à notre analyse des séquences, nous déterminerons que, le message étant composé de signes:
le signifiant est la partie du signe qui est matérielle, perceptible, visible.
le signifié est la partie du signe qui n'est pas matérielle (concept, idée).

Niveau 1: Le message est explicite et tombe directement sous le sens en autant qu'on établisse la relation entre le signifiant et le signifié. Par exemple, à la séquence # 14 de l'émission du N.O.Q., une personne déclare: "Noranda est la 3e ville la plus polluée du Canada!" L'image de la personne et les mots qu'elle emploie (signifiants visuel et audio) sont parfaitement clairs; il faudrait qu'une personne soit aveugle, ou bien ne parle pas français pour manquer une partie plus ou moins importante du message ou en d'autres mots, pour qu'il y ait une distanciation entre le signifiant (images et mots) et le signifié (Noranda est la 3e ville la plus polluée du Canada).

Niveau 2: La compréhension totale des séquences de ce niveau implique, dans un premier temps, l'intelligence du premier niveau d'abstraction, c'est-à-dire une relation entre signifiant et signifié, puis, dans un deuxième temps, ce premier niveau devient lui-même signifiant du deuxième niveau. Cette séparation du processus mental en étapes n'est que théorique; en réalité, tout cela se fait en dynamique. Prenons comme exemple la séquence 33 de l'émission du Tri-régional qui est un sketch se passant dans un laboratoire de recherches sur l'alimentation. On y demande à des personnes auxquelles on a préalablement bandé les yeux de goûter à des fruits et de les

nommer. Elles en sont bien incapables. Comprendre qu'elles en sont incapables et la façon un peu ridicule par laquelle elles expriment cette incapacité, c'est faire la relation entre ce qu'elles disent: "Ca goûte pas les chips au vinaigre, ni au ketchup", c'est-à-dire le signifiant, et le premier signifié de cette séquence. Pouvoir dégager de cette incapacité ridicule le deuxième signifié: on mange tellement de produits aux goûts artificiels qu'on ne sait plus reconnaître le goût des vrais fruits, ce qui est un phénomène négatif, puisque tout le monde sait que les fruits sont bons pour la santé, bref, y voir l'aspect critique par rapport à l'alimentation, c'est le deuxième niveau d'abstraction.

Niveau 3: Toute séquence dont la compréhension exige comme niveau de relation à établir entre les éléments du message plus que le niveau 2 est définie comme étant de niveau 3. La complexification des opérations mentales peut être due à plusieurs facteurs: par exemple, à la relation du signifié à d'autres éléments implicites du message (Sag/Lac, séquence 23), ou encore à un encodage qui exige en soi une étape de mise en relation d'éléments de la séquence (Tri-régional, séquence 31); de par son encodage, cette dernière séquence nécessite une première opération mentale où le spectateur ne fait qu'emmagasiner les différentes parties de la séquence, c'est-à-dire, ce que le personnage mange à telle ou telle heure;

dans une deuxième opération mentale, il en dégage un sens: on nous a montré tout ce qu'une personne pouvait manger dans une journée; enfin, dans une troisième opération mentale, il dégage l'aspect critique: le personnage mangeait tellement que c'était sûrement pour nous faire réfléchir sur nos comportements alimentaires.

2.2.2.3 Le genre: ce qui résume le mieux une séquence en évoquant immédiatement des procédés ecuramment utilisés à la télévision ou dans d'autres formes d'expression.

- générique : partie de l'émission où on peut lire le titre de l'émission, les noms des comédiens, participants, réalisateur, producteur;
- témoignage : opinion ou expérience vécue d'une personne, généralement non-identifiée;
- entrevue : témoignage où l'on entend les questions posées par l'interviewer à une personne généralement identifiée;
- flash : plan très court ou succession d'images brèves;
- reportage : document filmé sur un événement précis:
- sketch : théâtralisation d'un élément du message;
- reportage-sketch : séquence qui comporte à la fois des éléments de reportage et des éléments de sketch;
- lien : intervention de l'animateur (trice) pour donner de l'information et émettre des idées qui font le lien entre diverses séquences;
- commentaire : énoncé de faits et/ou d'opinions par l'animateur;
- mimes : séquence dont la partie visuelle est assurée par des mimes;
- chanson : transmission du message par le biais d'une chanson.

Alors que les 2 dimensions précédentes ont été utilisées de façon extensive dans notre analyse, le genre, nouvelle dimension que nous introduisions dans cette recherche, n'a joué qu'un rôle d'appoint, servant parfois à caractériser les séquences dans le texte, puisqu'il s'est avéré que cette dimension en recoupait d'autres et qu'il était inapproprié d'essayer de dégager un genre qui aurait été plus efficace que d'autres.

## 2.3 Analyse de contenu des entrevues

Nous avons procédé à l'analyse des entrevues recueillies après les émissions en mesurant pour chaque séquence le nombre de mentions (les récepteurs indiquent l'avoir remarquée), d'incompréhensions (ils lui donnent une fausse signification) et de compréhensions (ils lui donnent une signification qui est celle que les émetteurs y avaient mise).

Dans les tableaux qui suivent on peut retrouver toutes les séquences avec une brève description du contenu de chacune, ainsi que son mode d'expression, son niveau d'abstraction, son genre et son minutage; en plus, nous avons indiqué pour chacune son score de perception (il s'agit intégralement du nombre de mentions qu'elle a recueillies) et son score de compréhension (c'est-à-dire la différence entre les sommes de compréhensions et d'incompréhensions qu'elle a recueillies).

Finalement, à partir des scores de perception et de compréhension, nous avons calculé pour chaque mode d'expression et chaque niveau d'abstraction un indice de perception et un indice de compréhension.

Indice de perception: score de perception d'un mode d'expression ou d'un niveau d'abstraction rapporté au total des scores de perception de toutes les séquences d'une émission et pondéré par le pourcentage du temps de l'émission qui était consacré à ce mode d'expression ou à ce niveau d'abstraction. En d'autres mots, l'indice de perception permet de mesurer l'efficacité, du point de vue de la perception d'un type de séquence par rapport à d'autres types.

$$P = \frac{\text{Score de perception (d'un mode d'expression ou d'un niveau d'abstraction)}}{\text{" " " (total)}} \Big/ \frac{\text{\% du temps total (consacré à ce mode d'expression ou à ce niveau d'abstraction)}}{}$$

Indice de compréhension: calculé de la même façon mais en utilisant les scores de compréhension cette fois.

$$C = \frac{\text{Score de compréhension (d'un mode d'expression ou d'un niveau d'abstraction)}}{\text{" " " (total)}} \Big/ \frac{\text{\% du temps total (consacré à ce mode d'expression ou à ce niveau d'abstraction)}}{}$$

Les indices varient théoriquement entre 0 et 100, mais en pratique ils vont exceptionnellement jusqu'à 10, se situant la plupart du temps autour de 1.

Nous avons mis en annexe les données relatives à la compilation de ces indices (cf. pp. 66 à 71), ne reprenant dans l'analyse que les indices proprement dits.

TABLEAUX DESCRIPTIFS DES SEQUENCES.

TRI-REGIONAL

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Générique de l'émission: "Etes-vous dans votre assiette?"; images d'extérieurs de magasins d'alimentation accompagnées de musique pop instrumentale. | Informatif | 2e | Générique | 20 s. | 0 | 0 |
| 2 | brèves images de personnes qui mangent: l'un, une cuisse de poulet, l'autre, des cornichons, un troisième, une pointe de pizza,... toujours sur un fond de musique pop. | Humoristique | 2e | Flash | 10 s. | 0 | 0 |
| 3 | témoignage d'une dame: "les gens ne sont pas capables de se donner le minimum de logement convenable et de nourriture: c'est honteux !" | Informatif | 1er | Témoignage | 15 s. | 0 | 0 |
| 4 | témoignage d'un homme: "On mange quasiment pu d'viande à part d'la saucisse !" | Informatif | 1er | Témoignage | 23 s. | 0 | 0 |
| 5 | témoignage d'une dame: "des oeufs, une toast pi du café, pour 90 ¢ dans une taverne; essayez donc de faire ça chez vous !" | Informatif | 1er | Témoignage | 7 s. | 1 | 1 |
| 6 | témoignage d'une vieille dame: "faudrait un gel des prix et des salaires; quand est-ce que ça va arrêter ? le prix du pain pi du lait arrête pas d'augmenter; c'est un cercle vicieux; vous allez entendre parler d'une quantité de grèves !" | Informatif | 1er | Témoignage | 38 s. | 0 | 0 |
| 7 | images de la plénière au Cégep Maisonneuve. | Informatif | 2e | Reportage | 5 s. | 0 | 0 |
| 8 | présentation par Luce Guilbeault: "Plus de 800 personnes préoccupées par l'éducation et bien d'autres sujets se sont réunies à 2 reprises au Cégep Maisonneuve." | Informatif | 1er | Lien | 25 s. | 0 | 0 |
| 9 | un homme et une femme; l'homme attablé boit son café; la femme dit: "As-tu fini ton café ? Dépêche-toi on va être en retard !" | Humoristique | 2e | Sketch | 8 s. | 0 | 0 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | images de gens qui arrivent au Cégep; images de machines distributrices + commentaires du couple de la séquence précédente: "Le café des machines, c'est pas bon; y'a rien que de l'eau !" | Dramatisant | 1er | Reportage-Sketch | 25 s. | 0 | 0 |
| 11 | images de gens qui s'inscrivent aux ateliers + commentaires du couple: "A quel atelier on s'inscrit ? Ah ! l'alimentation, ça, ça m'intéresse; Y'a beaucoup de monde; j'ai vu des autobus... J'pense qu'on va apprendre beaucoup de choses !" | Dramatisant | 1er | Reportage-Sketch | 1 m. 10 s. | 0 | 0 |
| 12 | images de la plénière au Cégep; un animateur dit: "L'alimentation s'est révélée comme étant la préoccupation majeure de l'ensemble des gens." | Informatif | 1er | Reportage | 15 s. | 0 | 0 |
| 13 | l'animatrice (Luce Guilbeault): "On a tous besoin de manger ! Mais quoi ? Comment manger avec pas beaucoup d'argent ? Qu'est-ce qui est bon ?" | Informatif | 1er | Lien | 20 s. | 0 | 0 |
| 14 | témoignage d'un homme: "Quand on a payé le loyer, y'm'reste pu rien ! Ma femme a une prescription de $30. pi elle l'a encore dans sa sacoche !" | Informatif | 1er | Témoignage | 15 s. | 0 | 0 |
| 15 | témoignage d'une dame: "Y savent pas comment acheter; y'achètent toutes sortes de cochonneries, des affaires congelées qui sont beaucoup plus chères pi moins bonnes !" | Informatif | 1er | Témoignage | 10 s. | 4 | 4 |
| 16 | témoignage d'un homme et d'une femme: "C'qu'il faut, c'est la coopération: un pour tous, tous pour un !" | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 1 | 1 |
| 17 | l'animatrice: "On sent qu'on est pas tous seuls. Dans tous les ateliers, les gens sont préoccupés !" | Informatif | 1er | Lien | 13 s. | 0 | 0 |
| 18 | séquence de mimes; ils regardent la T.V. où passe une annonce de café; ils se précipitent pour en prendre une tasse qui a tôt fait de les survolter. | Humoristique | 2e | Mime | 1 m. 5 s. | 0 | 0 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 19 | images de la cafétéria au Cégep + conversation du couple: "Qu'est-ce que tu veux manger ? Y'a du jambon, du poulet, de la pizza,..." | Dramatisant | 1er | Reportage-Sketch | 45 s. | 0 | 0 |
| 20 | témoignage d'une dame: "Nicole Germain a donné des menus pour bien manger; c'est bon mais ça coûte cher ! Moi, pour arriver, j'prends une boîte de spaghetti Heinz à..." | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 15 s. | 1 | 0 |
| 21 | entrevue avec le cuisinier de la cafétéria du Cégep qui explique pourquoi ils ont servi du poulet, des frites, etc. et comment la quantité de repas servir leur permet d'offrir de la bonne nourriture à un prix modique. | Explicatif | 1er | Entrevue | 1 m. 37 s. | 1 | 1 |
| 22 | témoignage d'un homme:"La semaine passée, je suis allé manger au restaurant; du steak haché, des frites pi un Coke, ça m'a coûté $2.50 !" | Informatif | 1er | Témoignage | 15 s. | 0 | 0 |
| 23 | images de la cafétéria: gens au comptoir. | Informatif | 2e | Reportage | 40 s. | 0 | 0 |
| 24 | témoignage d'un homme: "Moi, je trouve que les comptoirs alimentaires c'est la seule manière..." | Informatif | 1er | Témoignage | 37 s. | 0 | 0 |
| 25 | témoignage d'une dame qui dit à quel point les prix sont élevés dans l'alimentation. | Informatif | 1er | Témoignage | 35 s. | 0 | 0 |
| 26 | images de la cafétéria: gens qui mangent. | Informatif | 2e | Reportage | 8 s. | 0 | 0 |
| 27 | témoignage d'une dame qui raconte qu'elle avait acheté de la viande qui était pas bonne. | Informatif | 1er | Témoignage | 17 s. | 0 | 0 |
| 28 | témoignage d'un homme: "Dans les tavernes on peut manger pour par cher mais le patron aime pas ça que son camion soit stationné devant une taverne. On passe pour des ivrognes. C'est pas bon pour la compagnie." | Informatif | 1er | Témoignage | 17 s. | 1 | 1 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 29 | témoignage d'une dame: "Les femmes aussi veulent bien manger pour pas cher. Mais essayez donc de rentrer une femme dans une taverne; les prix vont monter !" | Informatif | 1er | Témoignage | 28 s. | 0 | 0 |
| 30 | sketch où l'on fait de fictives "entrevues avec l'homme de la rue". Les questions portent sur l'alimentation: Mangez-vous le matin ? Qu'est-ce que vous prenez pour déjeûner ? Mangez-vous le soir avant de vous coucher ? Mangez-vous des légumes verts ? Les réponses vont toutes dans le sens d'une alimentation désordonnée et sans imagination, sans diversité. | Humoristique | 2e | Sketch | 4 m. | 2 | 1 |
| 31 | montage caricatural qui nous montre un individu à tous les moments de la journée où il mange: il mange beaucoup et pas toujours des bonnes choses. | Humoristique | 3e | Sketch | 1 m. 50 s. | 0 | 0 |
| 32 | l'animatrice: "C'est vrai qu'on mange beaucoup. Trop. Un Québécois de 33 ans est aussi en forme qu'un Suédois de 65 ans. On mange vite. On ne goûte plus. On oublie ce qui est bon pour la santé. | Informatif | 1er | Lien | 27 s. | 3 | 3 |
| 33 | sketch dans un laboratoire de recherche sur l'alimentation. On demande à des hommes et des femmes auxquels on a préalablement bandé les yeux de goûter à des fruits (pomme, ruisins, orange) et de les nommer. Ils en sont incapables. Ca ne goûte pas le vinaigre, le ketchup, la barbecue ou encore les chips ordinaires. Mais ça goûte la grapette (les raisins) et le flang (les oranges). | Humoristique | 2e | Sketch | 3 m. 25 s. | 3 | 3 |
| 34 | l'animatrice: "Mm c'est bon quand on prend le temps de déguster." Elle décrit ensuite tout ce que contient une orange puis fait le lien avec la séquence qui suit. | Informatif | 1er | Sketch | 40 s. | 2 | 1 |
| 35 | les chiens (Prince, Fido, Blackie)qui ont diverses idées pour s'approprier de la nourriture d'humains mais qui découvrent avec tristesse qu'il y a plus de vitamines, de protéines, etc. dans la nourriture pour chiens que dans la saucisse à hot-dog. | Humoristique | 1er | Sketch | 4 m. 5 s. | 2 | 1 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Heure de perception | Heure de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 36 | images prises dans un marché d'alimentation. On voit des prix, des aliments, une caisse enregistreuse, ... | Informatif | 2e | Flash | 25 s. | 0 | 0 |
| 37 | témoignage d'une dame qui dit que la viande plus chère peut s'avérer la moins chère à l'usage. | Informatif | 1er | Témoignage | 48 s. | 4 | 4 |
| 38 | témoignage d'une vieille dame: "Je regardais dans les paniers des jeunes chez Steinberg; ils avaient rien que du baloney, de la saucisse à hot-dog,..." | Informatif | 1er | Témoignage | 40 s. | 0 | 0 |
| 39 | témoignage d'une dame: "Mon mari gagne $150. par semaine pi on peut pas acheter de steak. On achète du boeuf haché, du baloney, de la saucisse,..." | Informatif | 1er | Témoignage | 37 s. | 1 | 1 |
| 40 | témoignage d'une dame: "Y'en a qui sont pas capables de faire leur marché comme du monde. S'ils sont payés aux 15 jours..." | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 0 | 0 |
| 41 | témoignage de la vieille dame: "Avant on allait prendre un ptit souper aux binnes, c'était pas cher. C'est fini. Les fèves, pas de lard, se vendent 79 ¢/lb." | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 1 | 1 |
| 41A | l'animatrice: "Regardons un autre message spécial." | Informatif | 1er | Lien | 5 s. | 0 | 0 |
| 42 | séquence de mimes: l'homme regarde le hockey à la T.V. tout en mangeant des peanuts avec de la bière. Il y a un commanditaire pour la bière MOM à la T.V. | Humoristique | 2e | Mimes | 55 s. | 4 | 4 |
| 42A | l'animatrice: "L'émission "Etes-vous dans votre assiette ?" se poursuit. Nous allons chez Mme Côté de Valleyfield." | Informatif | 1er | Lien | 7 s. | 0 | 0 |
| 43 | Mme. Côté, ses légumes frais, son bouillie et sa famille qui n'aime pas ça à moins qu'on n'y ajoute du ketchup. | Dramatisant | 1er | Sketch | 2 m. 55 s. | 8 | 8 |
| 44 | chanson de Mme. Côté: "Je l'sais pu, je l'sais pu quoi leur donner, tout est mauvais, instantané,..." | Dramatisant | 1er | Chanson | 2 m. 25 s. | 0 | 0 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Temps de perception | Temps de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 45 | une annonce de pizza à la T.V. les mimes se font venir une pizza puis la mangent tout en regardant un western à la T.V. | Humoristique | 2e | Mimes | 45 s. | 6 | 5 |
| 46 | la grosse femme qui raconte son expérience malheureuse avec tous les régimes amaigrissants qu'elle a essayés. | Dramatisant | 2e | Sketch | 6 m. 18 s. | 7 | 1 |
| 47 | la plénière au Cégep: "L'alimentation est le problème qui chicote le plus de monde." | Informatif | 1er | Reportage | 21 s. | 0 | 0 |
| 48 | témoignage d'un homme et d'une femme: "Personne n'a pu trouver une solution. On peut pas arrêter de manger." | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 0 | 0 |
| 49 | Témoignage d'une dame: "Faudrait aller à la base qui est l'agriculture." | Informatif | 1er | Témoignage | 8 s. | 0 | 0 |
| 50 | témoignage d'une femme: "Nous autres quand ça vient le temps de se priver, on comprend; mais les enfants eux-autres..." | Informatif | 1er | Témoignage | 6 s. | 0 | 0 |
| 51 | images de la plénière: "Pour les coopératives alimentaires on a dit qu'il fallait d'abord être membre..." | Informatif | 1er | Reportage | 55 s. | 0 | 0 |
| 52 | témoignage d'une dame: "Par exemple les Cégeps pourraient fermer pour que les étudiants aillent faire la cueillette des pommes." | Informatif | 1er | Témoignage | 25 s. | 3 | 1 |
| 53 | tante Cécile et les aventures tumultueuses d'Yvonne la pomme. | Humoristique | 1er | Sketch | 3 m. 50 s. | 3 | 2 |
| 54 | le banquet était délicieux, mais soudain...Bozz, tozz, tozz... | Humoristique | 2e | Mimes | 35 s. | 1 | 1 |
| 55 | réunis autour de la table de Mme Côté, tous les personnages que nous avons vus pendant l'émission nous font part des solutions qu'ils ont trouvées à leurs problèmes. | Dramatisant | 2e | Sketch | 1 m. 10 s. | 4 | 4 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 56 | l'animatrice annonce la 2e émission et demande aux gens d'appeler Multi-Média | Informatif | 1er | Lien | 50 s. | 0 | 0 |
| 57 | tous les personnages chantent "Es-tu dans ton assiette ?" | Informatif | 1er | Chanson | 1 m. 55 s. | 0 | 0 |
| 58 | générique | Informatif | 1er | Générique | 1 m. 27 s. | 0 | 0 |

SAQ/EAC

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Facilité de perception | Facilité de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 personnes de Rivière-Éternité: "Comment ça se fait que ça nous coûte si cher que ça manger? On vend nos vaches mais par le prix qu'il faudrait." | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 45 s. | 1 | 1 |
| 2 | Générique: flash de magasins: En as-tu pour ton argent ? - musique. | Informatif | 1er | Générique | 55 s. | 1 | 1 |
| 3 * | Témoignage jeune fille "La sur-consommation c'est un conditionnement de la société capitaliste" | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 1 | 0 |
| 4 | Témoignage jeune fille "Il y a eu 15% d'augmentation dans l'alimentation depuis 1 an...on trouve toujours des prétextes pour la justifier..." | Informatif | 1er | Témoignage | 30 s. | 0 | 0 |
| 5 | Scène de Bernard qui achète et accumule dans son panier, des chips de diverses sortes, etc...<br>"Bernard as-tu vraiment besoin de tout ça ?"<br>Bruit de carte Chargex | Humoristique | 2e | Sketch | 35 s. | 11 | 5 |
| 6 * | Témoignage d'un jeune homme "Consommer c'est répondre aux exigences d'un système de productions..." | Informatif | 1er | Témoignage | 35 s. | 0 | 0 |
| 7 | Image: usines et magasins: La société de consommation à qui ça profite ? Est-ce que les consommateurs ne paient pas un peu trop cher les biens qu'ils produisent, s'ils veulent survivre? | Informatif | 3e | Idéo-Commentaire | 15 s. | 0 | 0 |
| 8 | Témoignage d'une dame de St-Prime: "Le consommateur est esclave de publicité... il est dans un tourbillon"... il est esclave de son salaire si son salaire est par élevé et que tout augmente. | Informatif | 1er | Témoignage | 30 s. | 2 | 2 |
| 9 * | Témoignage d'un jeune homme: "Le système des valeurs est orienté vers la consommation...on calcule le prestige proportionnellement à la voiture." | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 0 | 0 |

* : Séquence où l'on utilise un langage intellectuel, peu accessible à l'ensemble des auditeurs.

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Taux de perception | Taux de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | Image de bar-salon: "on a besoin de jouer aux riches." | Informatif | 1er | Témoignage | 7 s. | 0 | 0 |
| 11 * | Témoignage d'une jeune dame:"la publicité crée des besoins, tu es conditionné, tu contribues à faire marcher la grosse patente." | Informatif | 1er | Témoignage | 9 s. | 0 | 0 |
| 12 * | Image de Centre d'achat "Qu'est-ce que la publicité ? De l'information honnête, n'est-ce pas plutôt une agression...avec ces paradis payants...ne cherche-t-elle pas à nous infantiliser ?" | Informatif | 1er | Lien-Commentaire | 28 s. | 0 | 0 |
| 13 | Image de bar-salon: "C'est pensé par des psychologues, ils jouent trop sur l'humain....tout est facile: voyager maintenant, il y a trop de messages..il en reste quelque chose de tout ce qu'on nous met dans la tête." | Informatif | 1er | Témoignage | 47 s. | 0 | 0 |
| 14 | Témoignage d'une dame de St-Prime: "Il y a une diminution des valeurs fondamentales, on a moins de respect pour la vie, pour la liberté... On se fout de tout, par contre on a une confiance totale en ce qu'on nous montre." | Informatif | 1er | Témoignage | 30 s. | 0 | 0 |
| 15 * | Témoignage d'un jeune homme: "Ils nous foutent des messages à nous faire péter la cervelle." | Informatif | 1er | Témoignage | 5 s. | 0 | 0 |
| 16 | Dame de St-Prime: "la publicité vient servir le capitalisme c'est intéressant et bien fait, c'est scientifique...c'est faite pour camoufler." | Informatif | 1er | Témoignage | 45 s. | 1 | 1 |
| 17 | M. Lavoie: "pour vendre du savon ils paient terriblement d'annonces;c'est pas du savon qu'ils vendent c'est de l'annonce." | Informatif | 1er | Témoignage | 7 s. | 1 | 1 |
| 18 | Dame de St-Prime:"Quand on écoute le gouvernement ils ne peuvent rien faire. Ils venaient nous demander de faire notre possible. A qui le pouvoir ?" | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 5 s. | 1 | 1 |
| 19 | Homme de Rivière-Eternité:"Ils nous disent pas que c'est nous qui payons les annonces." | Informatif | 1er | Commentaire | 45 s. | 3 | 3 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 20 | Image d'un gars qui magasine. "Savez-vous combien nous coûtent les commerciaux ! $50,000 soit 2 fois le budget du présent film qui dure 1 heure. En 1971 la publicité a coûté $60 par citoyen En as-tu pour ton argent ? réveille-toi." | Informatif | 1er | Commentaire | 45 s. | 3 | 3 |
| 21 | Image de compagnies de prêts. "La société de consommation à qui ça profite? La hausse des salaires compense à peine la hausse des prix. Avec le système de prêts financiers on nous offre d'une main de quoi nous offrir ce qu'ils nous volent de l'autre." | Informatif | 3e | Commentaire | 30 s. | 1 | 0 |
| 22 | Scène mettant en confrontation un directeur de finance heureux de son métier et des panelistes qui contestent le rôle que jouent ces compagnies dans la société: leurs taux exorbitants, leur manque d'humanité, etc... | Dramatisant | 1er | Sketch | 9 m. 37 s. | 16 | 7 |
| 23 * | Image du détail sur les compagnies de finance: la logique du capitalisme c'est produire même pour détruire, la terre, les hommes. Produire pour donner plus d'argent à la minorité qui par l'argent contrôle le système de production. Un système qui ne voudrait plus le jour où les travailleurs cesseraient de le faire marcher. | Informatif | 3e | Commentaire | 37 s. | 0 | 0 |
| 24 | Témoignage de M. Chamberland: "La Caisse populaire prête plus qu'à la banque. Ceux-là ils nous connaissent et vont nous aider le plus possible." | Informatif | 1er | Témoignage | 25 s. | 0 | 0 |
| 25 | M. Girard, gérant de la caisse de l'Alcan: qui explique qu'eux ils aident les emprunteurs, à faire leur budget; qu'ils les éduquent. | Explicatif | 1er | Témoignage | 1 m. 23 s. | 0 | 0 |
| 26 | Image de vaches:"De décembre 1972 à décembre 1973 les prix ont monté de 17% dans l'alimentation. Pourquoi les prix montent-ils sans que les producteurs fassent de profits?" le ministre Toupin ne le sait pas." | Informatif | 1er | Lien-Commentaire | 37 s. | 1 | 1 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score d'emphabétis. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 27 | Jean-Marie Tremblay, producteur: "Il y a eu moins de profits pour le producteur qu'il y a 10 ans parce que le prix des moulées a doublé depuis 1 an ½. Les prix devront monter encore sinon les producteurs vont abandonner." | Explicatif | 1er | Entrevue | 2 m. 45 s. | 4 | 3 |
| 28 | Ici au Saguenay, il ne manque pas d'éleveurs qui aiment leur métier et qui peuvent l'exercer; il ne manque ni le bétail, ni les ressources; toute une population pourrait consommer ce qu'elle produit, une seule chose fait obstacle: l'argent; c'est-à-dire le pouvoir exorbitant des monopoles. Sept géants contrôlent 80% du marché en gros. | Informatif | 1er | Commentaire | 38 s. | 0 | 0 |
| 29 | Image d'abattoir: Présentation de M. Léo Lavoie. | Informatif | 1er | Lien | 20 s. | 0 | 0 |
| 30 | Entrevue de M. Léo Lavoie: "Les prix du boeuf vont encore augmenter. On ne peut le vendre moins cher à cause des coûts élevés de l'équipement, du transport et surtout de la main-d'oeuvre. Quelqu'un prend-il des profits excessifs ? Non puisque des abattoirs ferment." | Explicatif | 1er | Entrevue | 1 m. 57 s. | 3 | 2 |
| 31 | Présentation du boucher chez Cooprix. | Informatif | 1er | Lien | 10 s. | 0 | 0 |
| 32 | Entrevue du boucher chez Cooprix: "Les prix du boeuf sont soumis à la "facturation nationale"; on ne peut le rendre moins cher. Tout ce qu'on peut c'est prévenir le client quand c'est au plus bas. Les compagnies privées haussent les prix dès qu'une augmentation est annoncée c'est du vol. Je n'ai jamais constaté de rareté du boeuf." | Explicatif | 1er | Entrevue | 3 m. 30 s. | 9 | 7 |
| 33 | Image de rue et de neige: Consommer c'est répondre à nos besoins. C'est la publicité qui décide si nous avons besoin d'une auto neuve; c'est le gérant de la compagnie de finance qui décide si on a les moyens de la payer. C'est quelqu'un d'autre que personne ne peut nommer qui décide du prix. En avons-nous pour notre argent ? Oui si on s'organise, si on s'occupe de nos affaires, si on s'informe. | Informatif | 1er | Lien-Commentaire | 47 s. | 0 | 0 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Métrage | Score de perception | Score d'appréciation |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 34 | Rivière-Eternité: "Enfant de chienne c'est beau ici dedans. Le tapis, le luxe, les belles tablettes de chez Pruvigo c'est moi qui les paye." | Informatif | 1er | Témoignage | 20 s. | 0 | 0 |
| 35 | Rivière-Eternité; Lorenzo qui explique que deux marques différentes d'un même sirop avaient des prix différents. | Informatif | 1er | Témoignage | 30 s. | 0 | 0 |
| 36 | Image de St-André: information sur la ligne ouverte et présentation de St-André. | Informatif | 1er | Lieu | 43 s. | 0 | 0 |
| 37 | M. Chamberland de St-André: "Le moulin à scie a été créé pour donner de l'ouvrage aux gens de la paroisse pour ne pas qu'ils s'exilent, pas pour faire de gros profits. Le gouvernement préfère les grosses compagnies et refuse des permis à moins que l'on ne se modernise ce qui oblige à mettre des gens à la porte; ce que les gens de St-André ne veulent pas." | Explicatif | 1er | Témoignage | 2 m. 53 s. | 20 | 11 |
| 38 | Dame de St-Prime: "Peut-être qu'ils sont découragés d'essayer de se lever et de ne jamais être écoutés, d'avoir l'impression que personne ne les entend." | Informatif | 1er | Témoignage | 22 s. | 0 | 0 |
| 39 | Témoignage d'une jeune fille: "Tu réagis contrairement à ce que les gens attendent de toi". | Informatif | 1er | Témoignage | 12 s. | 0 | 0 |
| 40 | M. Chamberland de St-André: "Le gouvernement est plus intéressé à nous voir fermer, à mettre les gens dehors que de nous donner un territoire pour couper le bois. On ne fait pas assez de profits, on donne donc pas assez d'impôt". | Explicatif | 1er | Témoignage | 1 m. | 0 | 0 |
| 41 | Témoignage d'un jeune homme: "On met les salaires en commun pour essayer de survivre ensemble. On dépense selon les besoins, plus pour consommer..." | Informatif | 1er | Témoignage | 41 s. | 0 | 0 |

| No de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Durée | [illegible] | [illegible] |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 42 | M. Chamberland de St-André: "Le garage a pas fait; les gens du village ont réparé le garage et travaillé bénévolement pour aider ce gars-là à s'en sortir." | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. | 1 | 1 |
| 43 | Présentation de la coopérative d'habitation de Jonquière. | Informatif | 1er | Lien | 23 s. | 0 | 0 |
| 44 | Madame Savard de Jonquière: "La femme a pris ses responsabilités; si elle s'implique autant dans les besoins qu'elle a, ça va être une politisation et une conscientisation de la femme". | Explicatif | 1er | Témoignage | 1 m. 20 s. | 2 | 1 |
| 45 * | Présentation de Rivière-Eternité: "Les gens face à leurs problèmes ont décidé de prendre collectivement leur affaire en main, d'inventer leur propre fonctionnement. Ils ont formé 20 ateliers de travail où chacun peut donner son opinion; quand une décision surgit elle provient d'une discussion hautement démocratique. Rivière-Eternité est un bel exemple de démocratie active qui peut en inspirer bien d'autres comme solution aux problèmes de la consommation. Solutions qui ne seront efficaces que si elles sont issues de communautés regroupées et solidaires." | Informatif | 1er | Lier-Commentaire | 1 m. 20 s. | 1 | 1 |
| 46 | Les gens de Rivière-Eternité: "On va préparer notre emploi et on est pas plus fous que les autres". On résume les démarches de M. Landreville à Québec auprès de M. Gros-Louis pour la fabrication de raquettes. Autres choses peuvent être faites que la raquette. On explique où en est la municipalisation. Le partage des lots. Passage et explication de ce qui est arrivé à l'"auto-à-Marcel";...Relevé du compte en banque et de l'état des finances et utilisation qui peut être faite pour [illegible] pensées des gens de l'université du Québec. | Explicatif | 2e | Témoignage | 15 m.35s. | 27 | 4 |
| 47 | Maintenant appelez à ... | Informatif | 1er | Générique | 21 s. | 0 | 0 |

NORD-OUEST

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Le générique | Informatif | 1er | Générique | 57 s. | 0 | 0 |
| 2 | Présentation par l'animateur:"...Ce soir on commence à chercher des solutions. On compte sur tout le monde; c'est le débat populaire. Déjà, nous avons été devancés par les lignes ouvertes: des gens ont apporté des solutions"... | Informatif | 1er | Lien | 2 m. 25 s. | 0 | 0 |
| 3 | Table ronde avec un groupe de personnes de Rouyn-Noranda. Quelqu'un propose que les gens se regroupent pour obtenir leurs droits, par exemple, en ce qui a trait aux papiers médicaux pour les accidentés du travail. On mentionne que les propriétaires de mines sont avertis à l'avance quand les inspecteurs vont venir. Pourtant les hommes travaillent dans des conditions très dangereuses, à cause des bonus entre autres. | Informatif | 1er | Témoignage | 2 m. 10 s. | 16 | 8 |
| 4 | Table ronde: "Si c'était les accidentés qui servient les inspecteurs; y connaissent ça une mine eux-autres !" | Informatif | 1er | Témoignage | 45 s. | 3 | 3 |
| 5 | Table ronde: "Y faut que le monde connaissent leurs lois, pi qu'y s'occupent de leurs unions. Les gens sont pas aux assemblées..." | Informatif | 1er | Témoignage | 55 s. | 1 | 1 |
| 6 | Table ronde, une dame: "Y faudrait qu'y installent un service d'infirmières gradués qui vont à domicile faire les pansements, des traitements; qu'y en mettent 2 ou 3 sur la route". | Informatif | 1er | Témoignage | 45 s. | 10 | 8 |
| 7 | Table ronde, une autre dame:"Y'a des problèmes pour suivre des cours d'auxiliaire infirmière; y faut avoir travaillé en milieu hospitalier pendant un an; on ne prend que 10 jeunes filles par région". | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 25 s. | 1 | 1 |
| 8 | Table ronde: "Pourquoi on pourrait pas avoir des médecins-rouliers ? Ça donne plus de service que dans un hôpital. A Cloutier on a une garde-malade qui veut un médecin"... | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 5 s. | 10 | 7 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Degré de perception | Degré de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | Table ronde: "Comme le Dr. Turner une espèce de "petit hôpital" où les médecins se déplacent pour les cas urgents. Il y a des gens qui aiment pas ça, être renfermés;ça dépaqueterait les urgences"... | Informatif | 1er | Témoignage | 2 m. 10 s. | 12 | 7 |
| 10 | Table ronde: "Si y a des vétérinaires pour aller aux animaux, pourquoi il y aurait pas des médecins pour aller soigner le monde ?" | Informatif | 1er | Témoignage | 8 s. | 0 | 0 |
| 11 | Animateur: "D'autres suggestions sont venues de cette table ronde concernant autant le milieu scolaire. On a parlé de créer une ambiance plus calme le midi; d'aller chercher les enfants le midi pour leur procurer un repas chaud; à enseigner la prévention et la nutrition dans les écoles; que l'équipement sportif puisse servir à tout le monde. Présentation de l'infirmière de campagne à Cadillac et demande pour une infirmière à Laforce. | Informatif | 1er | Témoignage | 2 m. 15 s. | 14 | 13 |
| 12 | L'infirmière de Cadillac: qui explique ses diverses tâches; dispensaire, visites à domicile. Elle traite de l'importance de rééduquer les gens par rapport à l'utilisation des pilules, de la nécessité de la prévention et de l'importance des causes alimentaires, et de la mauvaise condition physique dans la maladie. Elle veut faire des rencontres avec les mères pour discuter de l'alimentation. | Explicatif | 1er | Témoignage | 4 m. 25 s. | 16 | 13 |
| 13 | Table ronde, un jeune homme: "C'est une obligation de protéger son environnement; la pollution c'est les choses qui n'ont plus de cycle dans la nature". Ex. : du castor. On en souffre pas encore actuellement mais dans 10 ou 20 ans ça va être grave. | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 55 s. | 12 | 6 |
| 14 | Table ronde: "Normeda est la 3e ville plus polluée au Canada". | Informatif | 1er | Témoignage | 10 s. | 3 | 3 |
| 15 | Table ronde: "A 20 milles, c'est moins évident. C'est évident par la pollution de l'air". | Informatif | 1er | Témoignage | 10 s. | 0 | 0 |

| No. de la séquence | Description de la séquence | Mode d'expression | Niveau d'abstraction | Genre | Minutage | Score de perception | Score de compréhension |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 16 | Dame de Domaine: Elle explique le problème qu'ont les gens: l'eau est prise dans un puits à 50 pieds du puisard; elle est donc très polluée. Ils veulent un octroi pour faire filtrer l'eau et avoir des égoûts. | Informatif | 1er | Témoignage | 1 m. 40 s. | 8 | 5 |
| 17 | Table ronde, un jeune homme: "On peut exiger qu'il y ait une loi; si on attend 20 ou 25 ans il va être trop tard"... | Informatif | 1er | Témoignage | 45 s. | 1 | 1 |
| 18 | Animateur: "Des solutions se dessinent, quand le gouvernement veut, il peut... Exemple du gouvernement Manitobain; le cas de Pressac. On va continuer la recherche sur les lignes ouvertes." | Informatif | 1er | Lien | 1 m. 47 s. | 1 | 1 |
| 19 | Générique | Informatif | 1er | Générique | 1 m. | 0 | 0 |

# 3 - ANALYSE

## 3. ANALYSE :

A partir des instruments que nous avons décrits dans les pages précédentes, nous pouvons maintenant faire l'analyse proprement dite de l'impact de chacune des émissions sur les récepteurs. Dans un premier temps, nous comparerons à l'intérieur des dimensions (mode d'expression et niveau d'abstraction) le rendement des sous-catégories. Dans un deuxième temps, nous examinerons de plus près les séquences les plus significatives. Enfin, dans un troisième temps, nous présenterons les commentaires que les récepteurs ont fait sur l'émission; ces commentaires ne trouvaient pas toujours place dans notre analyse proprement dite de la perception et de la compréhension des messages, mais ils n'en sont pas moins très intéressants pour juger de la réaction globale des récepteurs à l'émission.

### 3.1 Tri-régional

#### 3.1.1 Analyse selon les dimensions

| MODE D'EXPRESSION | INDICE DE PERCEPTION | INDICE DE COMPREHENSION |
|---|---|---|
| - dramatisant | 1.13 | .97 |
| - humoristique | .99 | 1.03 |
| - informatif | .93 | 1.00 |
| - explicatif | .55 | .70 |

Il apparaît donc clairement que les modes d'expression qui recréent

le vécu en n'en gardant que les éléments les plus significatifs, soit les modes dramatisant et humoristique, sont les véhicules les plus adéquats pour la transmission d'un message.(8)

| NIVEAU D'ABSTRACTION | INDICE DE PERCEPTION | INDICE DE COMPREHENSION |
|---|---|---|
| - 1..... | .96 | 1.03 |
| - 2..... | 1.00 | .95 |

Comme on peut voir, les séquences du 2e niveau d'abstraction sont généralement plus perçues; cependant, celles du 1er niveau sont mieux comprises.

3.1.2 Analyse selon les séquences

La séquence la plus perçue et la plus comprise à la fois est la 43 où Mme Côté (Luce Guilbeault) de Valleyfield raconte ses efforts pour bien alimenter sa famille en faisant un bon bouillie de légumes frais et où nous voyons la réaction négative de tout le monde à table. Le succès de cette séquence n'a pas de quoi surprendre puisqu'elle combinait des éléments très favorables à la transmission d'un message, soit la dramatisation et un seul niveau d'abstraction. De plus, par les problèmes et les soucis familiers aux téléspectateurs qu'elle abordait, ainsi que par le personnage de Mme Côté

---

8 - Surtout lorsqu'on sait que l'indice de compréhension du mode dramatisant aurait été sensiblement plus élevé si l'une des séquences les plus importantes de l'émission, la 46 qui était du mode dramatisant, avait été comprise. (Nous verrons en détail dans l'analyse selon les séquences pourquoi, malgré son mode favorisant la compréhension, elle n'a pas été comprise).

(Mme Tout-le-monde), cette séquence ne pouvait faire autrement que de provoquer une IDENTIFICATION chez le récepteur et de favoriser ainsi sa perception et sa compréhension du message.

La deuxième séquence la plus fréquemment mentionnée est la 46, où une grosse dame (personnage fictif) raconte ses problèmes avec les régimes amaigrissants. Cependant, cette séquence a été très peu comprise, non pas que les gens lui aient donné une fausse signification, mais plutôt qu'ils ne se rendaient qu'à mi-chemin dans la compréhension. En effet, s'ils voyaient très bien la succession de régimes que la femme avait essayés, ils avaient très rarement saisi l'opposition qui se dégageait entre, d'une part, manger mal et en trop grande quantité puis maigrir par des méthodes plutôt malsaines, et d'autre part, se nourrir régulièrement de portions raisonnables d'un peu toutes les sources alimentaires. Il faut dire cependant que presque toute la séquence était consacrée au récit des "mauvais" régimes alors que le "bon" régime était à peine mentionné. Ainsi, par son mode dramatisant et ses 2 niveaux d'abstraction, cette séquence favorisait dans un premier temps l'identification du spectateur avec le personnage, mais dans un deuxième temps, elle ne lui permettait pas de saisir le message puisque celui-ci n'était pas suffisamment explicite.

La troisième séquence la plus perçue est la 45. On y voit deux mimes ragardant la T.V. où passe une annonce de pizza; ils s'en font venir une puis la mangent tout en regardant un western. Cette séquence présente une

combinaison d'éléments tout à fait favorables à la transmission du message: elle est de mode humoristique, donc un des deux modes (avec le dramatisant) favorisant le plus la perception et la compréhension; elle est du 2e niveau d'abstraction, ce qui peut avoir des conséquences désastreuses lorsqu'allié au mode dramatisant comme on a vu pour la séquence 46, mais qui ne nuit pas à la compréhension lorsqu'utilisé avec le mode humoristique (d'ailleurs, ce mode implique pratiquement toujours 2 niveaux d'abstraction); enfin, elle force l'attention du spectateur en utilisant un genre rarement employé à la télévision: le mime.

Au nombre des autres séquences les plus mentionnées, on relève 3 témoignages de mode informatif. Comme ce mode a des indices de perception et de compréhension très élevés, mais que par ailleurs seulement 9 des 23 témoignages informatifs ont été perçus, il est intéressant d'essayer de voir ce qui caractérise ces 3 témoignages. La séquence 15 énonce des stéréotypes concernant l'alimentation: "Y savent pas comment acheter; y'achètent toutes sortes de cochonneries, des affaires congelées qui sont beaucoup plus chères pi moins bonnes!", lesquels sont facilement repris par les récepteurs, car c'est à peu près en ces termes que s'exprime habituellement une première réflexion critique sur les habitudes alimentaires. Dans la séquence 37, on émet des idées assez peu conservatrices, une dame affirmant que les gens se trompent en pensant que les parties les moins chères de la viande sont les plus économiques, car, selon elle, il est possible de faire plus de repas avec $6.00 de steack qu'avec $6.00 de boeuf à bouillir;

cette idée peut paraître assez choquante à certains pour qu'ils ne manquent pas de la retenir et de la mentionner. Dans la séquence 52, une dame suggère qu'on ferme les Cégeps à l'automne pour employer les étudiants à la cueillette des pommes; cette suggestion intéresse peut-être le spectateur par sa nouveauté.

3.1.3 Conclusions

- Les modes dramatisant et humoristique sont très efficaces pour la transmission d'un message puisqu'ils sont largement perçus et compris.(9)

- Le 1er niveau d'abstraction est le plus favorable à la compréhension, sauf pour le mode humoristique où le 2e niveau d'abstraction est plutôt la règle sans que cela nuise pour autant à la compréhension.(10)

- Le mode informatif, s'il est combiné avec le 1er niveau d'abstraction, peut également être bien compr .

De façon plus globale, on peut dire que l'émission fut bien comprise parce qu'elle présentait la plupart du temps les problèmes et leurs solutions de façon simple et explicite. De plus, un autre élément favorisait la compréhension: en effet, certaines séquences recouraient à des processus d'apprentissage qui utilisent l'identification, favorisant ainsi chez les récepteurs l'ancrage d'idées novatrices.

---

9 - D'autres analyses en viennent aux mêmes conclusions ou les nuancent, cf. l'analyse de l'émission du Sag/Lac et "Les messages: eux et nous", déjà cité.

10- Ceci est soit confirmé, soit nuancé par les études précitées.

3.1.4 Commentaires des récepteurs sur l'émission (Montréal)

La plus grande part des commentaires à l'émission se référaient au problème global de l'alimentation. On revenait sur le fait que l'on mange mal et trop: "on mange de la scrap, des choses inutiles, des frites, des hot dogs";"on grignote sans cesse des cochonneries"; "on mange trop vite et trop souvent des choses instantanées et congelées, sans valeur nutritive." On critiquait certains aspects de la consommation dans l'alimentation: "les gens ne savent pas acheter"; "les 'cannages' c'est trop cher"; "tout est cher et il faut profiter des spéciaux". On prodiguait aussi quelques bons conseils sur les bouillis meilleurs au presto; sur la façon de manger les oranges; sur les équivalences vitaminiques entre pomme et orange ainsi que sur la pertinence de suivre son régime pour être en bonne santé.

D'autres commentaires concernaient la perception du rôle de l'émission: on reconnaît qu'une émission comme celle-là "ça ouvre les yeux","ça fait réfléchir le monde", "c'est indispensable", "c'était plus que le temps qu'ils en fassent"; on ajoute cependant que son utilité apparaîtrait mieux "à la longue", après deux ou trois émissions, d'une part, et qu'elle aurait dû être diffusée à une meilleure heure, d'autre part.

On porte aussi des jugements sur l'émission. Certains la trouvent "bonne", mais présentée de façon "ridicule", "exagérée", sans doute "pour que le monde la regarde". D'autres la trouvent "réaliste" et s'y reconnaissent: "c'est vrai qu'on mange mal", "c'est la vraie vie". Par ailleurs, on souligne qu'elle demande une grande attention: "il faut la regarder comme 'faut"; "si

on n'en avait vu qu'une partie, on aurait pu la trouver niaiseuse".

On émet aussi quelques suggestions d'actions concernant surtout les coopératives: "en groupe on peut sauver sur l'achat", mais également l'importance de réduire les intermédiaires dans l'alimentation, l'avantage d'acheter chez Cooprix, l'importance de changer ses habitudes alimentaires, de manger plus de poissons, de légumes et de fruits: "Ils m'ont donné le goût de la pomme: je vais changer ma collation".

## 3.2 Sag/lac

### 3.2.1 Analyse selon les dimensions

| MODE D'EXPRESSION | INDICE DE PERCEPTION | INDICE DE COMPREHENSION |
|---|---|---|
| - humoristique ..... | 10.38 | 9.52 |
| - explicatif ..... | 1.25 | 1.09 |
| - dramatisant ..... | .91 | .80 |
| - informatif ..... | .41 | .72 |

Le mode d'expression qui est à la fois le plus perçu et le plus compris est l'humour suivi dans l'ordre de l'explicatif, du dramatisant et de l'informatif.

| NIVEAU D'ABSTRACTION | INDICE DE PERCEPTION | INDICE DE COMPREHENSION |
|---|---|---|
| 1 ..... | .86 | 1.13 |
| 2 ..... | 1.48 | .71 |
| 3 ..... | .40 | - |

Le 2e niveau d'abstraction a été le mieux perçu, ce qui n'a rien d'étonnant dans la mesure où on sait que c'est le mode humoristique qui est le mieux perçu et que ce mode est généralement au 2e niveau d'abstraction. Si l'humour au 2e niveau est habituellement bien compris, ce n'est pas le cas pour les autres modes; or, comme l'humour n'est pas le seul mode au 2e niveau dans cette émission, il est normal que le niveau le plus compris soit le 1er puisqu'on sait que dans ce cas la compréhension du message est une opération beaucoup plus facile. A l'opposé, les séquences qui utilisaient le 3e niveau d'abstraction ont à peine été remarquées et n'ont pas du tout été comprises.

3.2.2 Analyse selon les séquences

La séquence la plus mentionnée par les spectateurs lors des entrevues est la 46 où on voit les gens de Rivière-Eternité réunis en assemblée pour discuter de divers points concernant leur collectivité. Comme cette séquence prenait pratiquement $\frac{1}{4}$ du temps de l'émission et qu'elle était plutôt colorée, certaines personnes dans les groupes d'écoute ayant même suggéré que cette séquence était plus "jouée" que celle du gérant de finance (un sketch), on pouvait donc s'attendre à ce qu'elle soit très mentionnée. Par contre, cette même séquence fut pratiquement la moins comprise de l'émission. En effet, la relation entre ce qui s'y passait et l'ensemble de l'émission était loin de tomber sous le sens, d'où de nombreuses incompréhensions.

La séquence 37 est la deuxième plus mentionnée. Guy Chamberland y raconte son expérience à St-André où les gens ont décidé de partir un moulin, non pas pour faire de gros profits mais pour se donner de l'ouvrage qui leur permet de vivre dans leur paroisse. Non seulement cette séquence a-t-elle été très perçue, mais encore elle fut très bien comprise. Ceci s'explique par le fait que cette séquence ne comportait aucun des freins à la compréhension que l'on relève dans d'autres séquences de mode explicatif ou de mode informatif qui elles étaient en grande majorité non-comprises. En effet, cette séquence était au premier niveau d'abstraction, c'est-à-dire que tous les éléments nécessaires à sa compréhension pouvaient être appréhendés en une seule opération mentale, ce qui n'est pas le cas des séquences à 2 niveaux d'abstraction (cf. Rivière-Eternité). Par ailleurs Guy Chamberland s'exprimait dans un langage simple, familier, ce qui rendait son message accessible au plus

large auditoire, contrairement aux séquences où on parlait avec des termes plus intellectuels[11] qui elles sont pratiquement passées inaperçues.

La troisième séquence la plus perçue est celle du gérant d'une compagnie de finance, la 22; elle est également très bien comprise. Vient ensuite celle de Bernard qui fait son marché, la 5; elle aussi très bien comprise. Il n'y avait qu'une séquence dramatisante et une séquence humoristique et ce sont justement ces deux dernières. Devant l'efficacité de deux modes d'expression, le dramatisant et l'humoristique, qui ont été très peu utilisés et qui ont si bien contribué à transmettre le message, on peut se demander s'il n'aurait pas mieux valu leur accorder une plus grande importance dans l'émission?

3.2.3 Conclusions

- Le mode humoristique, peu utilisé, fut pourtant très efficace[12] pour la transmission du message puisqu'il fut très bien perçu et compris.

---

11 - cf., dans les tableaux de description des séquences, pages 28 à 33; il s'agit des séquences ayant un astérisque à côté de leur numéro.

12 - D'autres analyses prouvent également l'efficacité de ce mode; cf. l'analyse de l'émission du Tri-régional et "Les messages: eux et nous", déjà cité.

- Le mode explicatif fut utilisé de façon très efficace dans cette émission; les "erreurs" qui lui sont coutumières étant évitées; en effet, plutôt que d'interroger un expert scolarisé dans le domaine, auquel les gens ne s'identifient pas, ou encore de faire parler quelqu'un qui vit le problème de façon concrète, mais de le faire parler de façon tellement épisodique ou encore très succincte de telle sorte que les récepteurs ne saisissent pas vraiment la cohérence de son discours, on a choisi d'interviewer des personnes identifiées, vivant les problèmes de façon concrète, s'exprimant dans un langage familier et en leur laissant le temps de raconter leur vécu comme une expérience continue et entière.

- Le mode dramatisant, quoique peu utilisé, fut bien perçu et compris.(13)

- Le mode informatif qui, dans des conditions favorables, c'est-à-dire lorsqu'un message explicite y est livré dans un langage familier, peut très bien transmettre une partie du message, a écopé dans cette émission de la majorité des freins à la compréhension; en effet, la plupart des séquences de ce mode étaient au 2e ou au 3e niveau d'abstraction et utilisaient un langage intellectuel.

---

13 - Les études précitées confirment cette efficacité du mode drumatisant.

- Le 1er niveau d'abstraction semble plus favorable à la compréhension, sauf pour le mode humoristique où le 2e niveau est plutôt la règle sans que cela nuise pour autant à la compréhension.(14)

- Le niveau de langage joue un rôle très important: c'est dans un langage familier qu'on peut se faire comprendre.(15)

De façon plus globale, cette émission révèle une cassure entre les gens qui l'ont réalisée d'une part et les récepteurs d'autre part. En effet, quand les producteurs interviennent directement dans l'émission, pour faire le lien entre les séquences, compléter ce qui y est dit et donner une direction générale à l'émission, ils le font dans un langage et avec des références culturelles telles que plus personne ne les comprend. Face à cette réalité, les récepteurs ont évidemment plusieurs barrières à franchir avant d'arriver au message. En effet, il leur faut donner un sens global à l'émission, rôle qui normalement revient aux concepteurs, mais qu'ici les récepteurs doivent péniblement assumer, les concepteurs ayant souvent failli à cette tâche.

---

14 - Cette affirmation est soit confirmée, soit nuancée par les études précitées.

15 - Ceci est confirmé par les "indices culturels" dans "Les messages: eux et nous".

### 3.2.4 Commentaires des récepteurs sur l'émission (Sag/Lac)

Les commentaires les plus fréquents que l'on rencontre dans les groupes d'écoute du Sag/Lac sont des jugements sur l'émission. D'abord, on se réfère directement à certaines séquences que l'on critique. La partie concernant Rivière-Eternité est la plus débattue. Certains l'on bien aimée à cause de l'aspect "décidé" des participants ou de l'ambiance "familiale", très naturelle, qui s'en dégageait. D'autres prétendent que c'est la séquence la plus "actée" de l'émission et qu'elle est carrément mauvaise; on la trouve aussi trop longue. Par ailleurs, la majorité des interventions soulignent l'absence de relation de cette séquence avec le thème de la consommation: c'est une "cassure" dans l'émission; "c'est un autre programme"; "c'est de la production, pas de la consommation"; c'est "de la municipalisation", c'est "un nouveau système d'échange". Cette série d'interprétations met en évidence le fait que cette séquence a été fortement incomprise.

On a généralement aimé le sketch du gérant de finance de même que celui de Bernard au magasin. A propos de cette dernière séquence, on dit qu'elle est bien bonne et qu'il n'y avait pas assez de séquences humoristiques de ce genre. Par ailleurs, on suggère de "dramatiser" davantage le personnage de Bernard en précisant "qui il est" car quelques personnes se posent la question: "Peut-il consommer ainsi?".

L'entrevue avec Guy Chamberland provoque des réactions diverses:

certains précisent qu'ils ont bien aimé le caractère "vécu" de la séquence, alors que d'autres trouvent que ce n'est pas relié à la consommation ou que c'est de l'anti-consommation.

De l'entrevue avec Esther Savard, on retient qu'elle n'a pas apporté beaucoup d'information: "On n'a pas su grand chose!"; "On dirait que c'était coupé".

De façon plus globale, on souligne que c'est dans la première partie de l'émission que le thème a été le mieux traité; que l'émission n'est pas assez fidèle aux désirs exprimés dans les sessions d'étude en s'éloignant trop de l'exemple du boeuf; que d'autres aspects, la consommation excessive d'alcool par exemple, auraient dû être abordés.

Dans l'ensemble, on a aimé ce genre d'émission: elle était intéressante, le sujet était bien choisi et elle était amusante. Une critique est cependant très souvent soulevée dans les groupes: l'émission ne fournit pas de solutions. "Il y a trop de critiques et pas de remèdes". "Ils ne montraient pas de responsables". "On dirait que cette émission nous écrase au lieu de nous en sortir".

Une autre partie importante des commentaires va au <u>rôle</u> qu'on attribue à l'émission, soit un rôle d'information sur les méfaits des compagnies de finance, de la publicité, ou bien plus globalement un rôle de sensibilisateur, d'instrument de réflexion "pour faire sortir des idées"; ou encore on dégage un grand message dans l'émission, celui de la coopération: " Ils veulent que

l'on prenne nos choses en main", "que la population règle ses problèmes", "que l'on s'organise nous-mêmes", "qu'on travaille en coopération comme à St-André, à Rivière-Eternité", "qu'on unisse nos talents et qu'on s'informe".

D'autres commentaires rejoignent les sous-thèmes de l'émission, par exemple: "La publicité nous organise; c'est nous qui la payons et elle est souvent fausse!" "On s'attarde trop aux emballages: il y en a trop de différents pour un même produit". "Les gens sont trop exigeants; on n'a pas beaucoup d'argent et on agit comme si on en avait beaucoup". "Il y a trop d'intermédiaires dans le prix du boeuf".

Enfin, certains font des suggestions d'actions: "Commençons par s'informer et être éveillés; il faut faire attention à la publicité". "Il devrait y avoir des groupes pour informer le consommateur". "Il faut agir selon nos moyens".

## 3.3 Nord-Ouest

### 3.3.1 Analyse selon les dimensions

| MODE D'EXPRESSION | INDICE DE PERCEPTION | INDICE DE COMPREHENSION |
|---|---|---|
| - informatif.... | 1.0 | 1.0 |
| - explicatif.... | .9 | 1.1 |

L'émission du Nord-Ouest se révèle peu propice au type d'analyse que nous avons faite jusqu'ici. En effet, cette émission ne présente pratiquement aucune variation dans ses formes d'encodage,[16] contrairement à celles du tri-régional et du Sag/Lac, ainsi qu'à d'autres émissions du Nord-Ouest. Si on regarde les tableaux de description des séquences, pages 34 à 36, on se rend compte qu'il n'y a que deux modes d'expression, l'informatif et l'explicatif (dont une seule séquence d'explicatif, d'ailleurs; sans compter que ces deux modes ne sont pas tellement opposés comme en fait foi leur performance à peu près identique dans le tableau ci-haut), que toutes les séquences sont du même niveau d'abstraction, le premier, et qu'il n'y a que trois genres: les génériques, les témoignages et les liens, ce qui constitue un minimum vital puisqu'une émission se passe rarement d'un générique et que, si elle est centrée sur des témoignages, il faudra nécessairement quelques séquences pour faire le lien entre eux, les compléter et donner une direction à l'ensemble. On comprendra alors que cette émission ne peut fournir des données pertinentes à l'analyse de l'efficacité des formes d'encodage.

---

16 - Cf. définition p. 11.

3.3.2 Analyse selon les séquences

Toute uniforme que cette émission soit au niveau de l'encodage, il n'en demeure pas moins que certaines séquences ont été plus perçues et plus comprises par les récepteurs et qu'il est sûrement intéressant de les dégager et d'essayer de voir ce qui leur a permis de se distinguer des autres.

Deux séquences ont obtenu le plus haut score de perception:

- la séquence #3 où un participant à la table ronde parle de l'importance pour les gens de se regrouper pour obtenir leurs droits, par exemple, en ce qui a trait aux papiers médicaux pour les accidentés de travail; elle a cependant été assez mal comprise. S'il est assez difficile d'expliquer pourquoi cette séquence a retenu l'attention plus que d'autres, on peut cependant émettre l'hypothèse que sa faible compréhension est directement reliée au thème même de la séquence que les gens arrivaient mal à associer à l'ensemble du problème et des solutions concernent la santé.

- la séquence #12 où une infirmière de Cadillac raconte son expérience de travail et traite de l'importance de la médecine préventive; elle fut également très bien comprise. On peut relever quelques éléments d'explication pour son succès: c'est de loin la plus longue séquence de l'émission avec une durée de 4 minutes 25 secondes (ce qui n'explique pas tout, puisqu'une autre longue séquence, une présentation par l' animateur qui durait 2 minutes 25 secondes, n'a jamais été mentionnée); le fait que l'interviewée soit une "infirmière-de-campagne", ce qui actualisait un des voeux formulés à la fois par les participants à la table ronde et par ceux des groupes d'écoute; enfin, le fait que l'infirmière présentait une perspective novatrice de la santé avec le point de vue de la prévention.

La troisième séquence la plus perçue, la 11, se retrouve également parmi les plus comprises. Il s'agit d'un lien où l'animateur énumère diverses suggestions de la table ronde concernant le problème de la santé en milieu scolaire. On peut penser que ces différents problèmes de nutrition, de transport scolaire et d'utilisation de l'équipement sportif trouvaient une forte résonance chez les récepteurs, davantage sûrement que cette autre séquence-lien, la 18, pratiquement passée inaperçue, où l'animateur explique l'importance de se regrouper pour trouver des solutions et la force d'action que ce regroupement peut avoir sur le gouvernement, en donnant en exemple les cas du Manitoba et de Pressac. En effet, comme c'est la même personne qui parle dans ces deux séquences et qu'elle s'exprime dans le même langage, le même environnement et avec des idées aussi simples dans un cas comme dans l'autre, on peut faire l'hypothèse que c'est le contenu de ce qu'elle dit qui trouve ou ne trouve pas d'écho chez les récepteurs.

Les autres séquences les plus mentionnées sont, dans l'ordre de leur fréquence: la 9 où l'on parle de la possibilité de créer des petits hôpitaux pour les premiers soins et où les médecins pourraient se déplacer pour les cas urgents et les accidents; la 13 qui traite de la pollution et de l'importance de protéger l'environnement; la 6 qui suggère l'instauration d'un service d'infirmières "à domicile" et la 8 où l'on propose la même chose pour des médecins - routiers; et enfin la 16 où une dame de Beaudry expose leurs problèmes d'égoût. Les autres séquences sont très peu ou pas du tout perçues par les récepteurs.

3.3.3 Commentaires des récepteurs sur l'émission (Nord-Ouest)

- Perception du rôle de l'émission:

D'après les commentaires des récepteurs, cette émission avait trois buts. Premièrement et principalement, celui d'informer: Multi-Média veut éveiller les gens; les sensibiliser à un problème; secouer l'opinion publique; forcer les gens à se poser des questions, à s'ouvrir les yeux. L'émission apparaît excellente pour renseigner les gens, pour faire voir d'autres problèmes que les leurs.

Deuxièmement celui de permettre à la population de s'exprimer, de se grouper et de discuter sur des problèmes; "de fournir un moyen pour s'exprimer publiquement".

Le troisième but est politique; il est relié au rôle de Multi-Média comme organisme gouvernemental. "Le gouvernement fournit un outil pour défouler les gens, pour limiter les dégats; c'est un espèce de sondage d'opinion publique qui permet de prendre le pouls des gens, de donner aux dirigeants des idées pour passer des lois pour les petits salariés"; "le gouvernement veut savoir si on est content, si on va voter pour eux-autres".

- Effets de l'émission:

On croit que l'émission peut avoir un pouvoir de changement sur le système hospitalier: "ça peut faire peur, donc changer". De plus, en leur donnant conscience que c'est toute la population qui ressent les problèmes de

la santé, elle peut avoir une action incitative sur les regroupements en vue de régler ces problèmes: "on voit qu'on peut se grouper pour avoir de quoi". L'émission peut également changer les comportements des personnes, par exemple, en modifiant leurs habitudes alimentaires.

On reconnaît aussi l'importance d'une suite, d'une continuité: "L'émission est importante à condition que ça débouche".

- Jugements sur l'émission:

Certains jugements portent sur la pertinence de l'émission. On souligne qu'elle touche des problèmes réels, qu'elle représente bien ce que les gens voulaient; que c'est de la critique vraie et "que les gens qui veulent pas comprendre avec ce genre d'émissions, c'est qu'ils n'ont pas de problèmes". Cependant, certains soulignent que quelques thèmes importants n'ont pas été assez touchés, comme la médecine préventive, l'éducation physique dans les écoles, les méfaits de la publicité, alors que d'autres prétendent que trop de thèmes étaient abordés, car il est difficile de vraiment toucher à tout en quatre émissions.

Le démarrage de l'émission apparaît à certains lent et flou alors que d'autres le trouvent brusque. Les raisons invoquées pour expliquer ces critiques sont que les interviewés avaient du mal à s'exprimer, qu'on relie mal cette partie aux problèmes de la santé ou qu'on est peu touché par le problème des mineurs. Par ailleurs, il semble que certains ont peu compris la séquence avec l'infirmière de Cadillac; on souligne qu'on a eu tort de la présenter comme une perle puisque le système des infirmières rurales n'est pas parfait.

Un autre type de commentaires porte sur la forme: des récepteurs disent qu'ils sont plus sensibilisés quand c'est un témoignage d'une personne "ordinaire" que lorsque ce sont des spécialistes qui parlent.

On formule aussi des commentaires sur l'aspect critique de l'émission. Certains disent qu'"en général, c'est des critiques", qu'on a préféré la 3e émission parce qu'elle est moins négative; d'autres soulignent la démarche constructive de l'émission: fournir des amorces de solutions, de bonnes idées; aller chercher les solutions que les gens ont trouvées et les communiquer à l'ensemble de la population.

Certains disent de l'émission que "c'est ben bon" alors que d'autres disent que les gens de leur entourage ont trouvé ça ennuyant.

Les autres types d'interventions sont principalement <u>des critiques globales</u> concernant le problème de la santé: critique du système hospitalier, critique des médecins, critique des soins médicaux. On rencontre un grand nombre de <u>suggestions concernant la santé</u> allant de l'usage d'hélicoptères pour les blessés de la route aux cours de nutrition, de l'utilisation du vieil hôpital comme hospice, à la destruction des barrages de castors, "source de pollution", etc... Il y a aussi des <u>suggestions d'actions</u>: faire d'autres émissions de télévision ou de ligne ouverte, former des groupes, faire signer des pétitions: "faudrait s'organiser en regroupements, continuer, faire d'autres émissions s'il le faut, s'informer".

# 4 - CONCLUSION GLOBALE

# 4. CONCLUSION GLOBALE

## 4.1 Remarques méthodologiques

Au moment de l'analyse dans ce projet de recherche, nous avons remarqué certaines modifications à apporter à tout futur projet du même genre, de façon à en améliorer la qualité méthodologique:

- L'expérience nous a montré qu'il serait préférable soit de réduire le nombre de personnes dans un groupe d'écoute à 4 au maximum, soit d'accompagner l'interviewer d'un observateur qui ferait en quelque sorte la chronologie des interventions, car, de la façon dont nous avons procédé (entre 5 et 7 personnes par groupe, parfois plus et un seul interviewer), il est pratiquement impossible de toujours savoir exactement qui parle lorsqu'on écoute les enregistrements, ce qui évidemment enlève un peu de rigueur à nos mesures de la perception et de la compréhension, un ou des individus pouvant en effet fausser les scores d'un groupe dans un sens ou dans l'autre.

- Toujours en raison de ce manque de contrôle au moment de l'écoute des enregistrements, il nous a été impossible de vérifier systématiquement quelle était l'influence de variables telles que le sexe, l'âge et la scolarité sur la perception et la compréhension.

- Comme nous avons déjà dit en introduction, la faible taille de l'échantillon ne permet pas d'extrapoler pour la population en général.

- Un autre problème lié à notre échantillon et qui ne devrait plus se reproduire dans un autre projet du même genre, dans la mesure où l'échantillonnage se ferait de façon plus systématique, est lié au fait que se retrouvaient parfois dans nos groupes d'écoute des personnes ayant participé aux tables de production, ce qui obligeait évidemment l'interviewer à diverses manoeuvres pour empêcher que cette (ou ces) personne(s) ne biaise(nt) la perception de l'ensemble du groupe d'écoute qui, lui, était vierge par rapport à l'émission.

Malgré ces quelques améliorations que nous verrons à apporter dans tout futur projet du même genre, il n'en reste pas moins que les résultats que nous avons obtenus sont très représentatifs de l'impact didactique qu'ont pu avoir les émissions des projets courts sur ce qui était alors la clientèle immédiate du programme. Par ailleurs, comme dans l'ensemble notre échantillon avait des caractéristiques socio-économiques semblables à celles de l'échantillon d'une recherche du même genre[17] à laquelle nous avions participé et que nos conclusions sont soit tout à fait les mêmes que celles de cette première recherche, soit qu'elles y apportent de légères nuances, nous pouvons considérer que nos résultats, s'ils ne sont pas définitifs, sont à tout le moins très significatifs.

---

17 - Les messages: eux et nous, déjà cité.

## 4.2 Faits saillants

En fin de compte, ce qui semble se dégager avec le plus de certitude pour l'instant, c'est qu'il y a quelques graves erreurs à éviter et quelques lignes de conduite à suivre lorsqu'on a comme objectif de transmettre un message dont on veut que les récepteurs aient une compréhension du contenu aussi identique que possible à celle des émetteurs:

- Sauf pour le cas particulier du mode humoristique, il faut que le signifié corresponde de façon aussi immédiate que possible au signifiant, car il apparaît clairement que plus le niveau d'abstraction est élevé, plus il y a de freins à la compréhension.

- C'est dans un langage familier qu'on peut rejoindre le plus de gens; l'utilisation de concepts qui font référence à une sphère culturelle "cultivée" ne peut que diminuer la compréhension des récepteurs qui ne font pas partie de cette culture puisqu'elle les éloigne du contenu du message.

- De façon générale, les modes humoristique et dramatisant apparaissent comme étant les plus efficaces pour transmettre un message.

Ces conclusions de recherche ne nous semblent pas définitives; la nouveauté des instruments de mesure et de la démarche d'analyse commandent une discussion approfondie des résultats. Nous les soumettons à la critique des personnes impliquées à différents niveaux dans les projets courts pour leur fournir des éléments d'évaluation des productions et pour nourrir une

réflexion constructive sur leur utilisation subséquente. Nous espérons que ces apports de différentes sources nous permettront de raffiner nos méthodes d'analyse et de procéder à des études plus systématiques à l'occasion des projets longs. Cette méthode d'évaluation nous permettra ainsi de fournir au programme une mesure du rendement de ses investissements tant financiers qu'informatifs dans la production d'émissions éducatives.

# 5 - ANNEXES

5.1 Schéma d'entrevue

A) J'aimerais savoir ce que vous avez retenu de cette émission ?

relance : Qu'est-ce qui vous a frappé ?

Qu'y avait-il d'autre ?

Qu'est-ce que vous vous rappelez d'autre ?

Il n'y a rien d'autre ?

* poser la question à tous les participants
* insister pour faire ressortir tout le contenu possible de l'émission sans mentionner de séquences
* noter toutes les séquences mentionnées et en faire dire la signification par les participants

B) Qu'est-ce que voulait dire cette (séquence particulière) ?

relance : D'après vous que voulait dire cette personne ?

Si on pense à (séquence particulière) qu'est-ce que ça voulait dire d'après vous ?

* interroger les participants sur toutes les séquences mentionnées où la signification n'est pas claire

C) Que pensez-vous de ce type d'émission ?

## 5.2 Indices et données relatives à leur compilation

MODE D'EXPRESSION — TRI-REGIONAL

| | INFORMATIF | HUMORISTIQUE | DRAMATISANT | EXPLICATIF | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| nombre de séquences de chaque mode: | 41 | 11 | 7 | 1 | 60 |
| minutage de chaque mode: | 19 m. 14 s. | 20 m. 48 s. | 15 m. 8 s. | 1 m. 37 s. | 56 m. 47 s. |
| minutage en pourcent: | 33.9 % | 36.6 % | 26.7 % | 2.8 % | 100 % |
| score de perception de chaque mode: | 20 | 23 | 19 | 1 | 63 |
| score de perception en pourcent: | 31.7 % | 36.5 % | 30.2 % | 1.6 % | 100 % |
| indice de perception de chaque mode: | .93 | .99 | 1.13 | .55 | - |
| score de compréhension de chaque mode: | 17 | 19 | 13 | 1 | 50 |
| score de compréhension en pourcent: | 34 % | 38 % | 26 % | 2 % | 100 % |
| indice de compréhension de chaque mode: | 1 | 1.03 | .97 | .70 | - |

NIVEAUX D'ABSTRACTION — TRI-REGIONAL

| | 1 | 2 | TOTAL |
|---|---|---|---|
| nombre de séquences de chaque niveau: | 43 | 17 | 60 |
| minutage de chaque niveau: | 31 m. 43 s. | 25 m. 4 s. | 56 m. 47 s. |
| minutage en pourcent: | 55.9 % | 44.1 % | 100 % |
| score de perception de chaque niveau: | 34 | 29 | 63 |
| score de perception en pourcent: | 54 % | 46 % | 100 % |
| indice de perception de chaque niveau: | .96 | 1 | - |
| score de compréhension de chaque niveau: | 29 | 21 | 50 |
| score de compréhension en pourcent: | 58 % | 42 % | 100 % |
| indice de compréhension de chaque niveau: | 1.03 | .95 | - |

MODE D'EXPRESSION SAG/LAC

| | INFORMATIF | DRAMATISANT | HUMORISTIQUE | EXPLICATIF | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| nombre de séquences de chaque mode: | 37 | 1 | 1 | 8 | 47 |
| minutage de chaque mode: | 20 m. | 9 m. 37 s. | 35 s. | 28 m. 23 s. | 58 m. 35 s. |
| minutage en pourcent: | 34.2 % | 16.4 % | 1 % | 48.4 % | 100 % |
| score de perception de chaque mode: | 15 | 16 | 11 | 65 | 107 |
| score de perception en pourcent: | 14 % | 15 % | 10.3 % | 60.7 % | 100 % |
| indice de perception de chaque mode: | .41 | .91 | 10.38 | 1.25 | - |
| score de compréhension de chaque mode: | 13 | 7 | 5 | 28 | 53 |
| score de compréhension en pourcent: | 24.5 % | 13.2 % | 9.4 % | 52.8 % | 100 % |
| indice de compréhension de chaque mode: | .72 | .80 | 9.52 | 1.09 | - |

NIVEAUX D'ABSTRACTION SAG/LAC

| | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| nombre de séquences de chaque niveau: | 42 | 2 | 3 | 47 |
| minutage de chaque niveau: | 43 m. 5 s. | 14 m. 10 s. | 1 m. 20 s. | 58 m. 35 s. |
| minutage en pourcent: | 73.4 % | 23.9 % | 2.3 % | 100 % |
| score de perception de chaque niveau: | 68 | 38 | 1 | 107 |
| score de perception en pourcent: | 63.6 % | 35.5 % | .9 % | 100 % |
| indice de perception de chaque niveau: | .86 | 1.48 | .40 | - |
| score de compréhension de chaque niveau: | 44 | 9 | 0 | 53 |
| score de compréhension en pourcent: | 83 % | 17 % | 0 % | 100 % |
| indice de compréhension de chaque niveau: | 1.13 | .71 | 0 | - |

MODE D'EXPRESSION — N.O.Q.

| | INFORMATIF | EXPLICATIF | TOTAL |
|---|---|---|---|
| nombre de séquences de chaque mode: | 18 | 1 | 19 |
| minutage de chaque mode: | 22 m. 27 s. | 4 m. 25 s. | 26 m. 52 s. |
| minutage en pourcent: | 84 % | 16 % | 100 % |
| score de perception de chaque mode: | 92 | 16 | 108 |
| score de perception en pourcent: | 85 % | 15 % | 100 % |
| indice de perception de chaque mode: | 1.0 | .9 | - |
| score de compréhension de chaque mode: | 64 | 13 | 77 |
| score de compréhension en pourcent: | 83 % | 17 % | 100 % |
| indice de compréhension de chaque mode: | 1.0 | 1.1 | - |